

УДК 007 : 304 : 070

**Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми : матеріали Дев'ятої всеукр. наук.-практ. конф. (Суми, 5—6 червня 2013 р.) / уклад.: О. Г. Ткаченко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – 116 с.**

**Journalism Education in Sumy Region: gains and challenges : materials of the Eighth Ukrainian Scientific and Practical Conference (Sumy, 5—6 June 2013) / compiled by O. Tkachenko. — Sumy : Sumy State University, 2013. – 116 p.**

У збірнику вміщені наукові розвідки, присвячені журналістським проблемам, соціальним та комунікаційним технологіям. Подаються матеріали, які відбивають наукові інтереси викладачів і студентів кафедри журналістики та філології а також викладачів загальноомовної підготовки іноземних громадян Сумського державного університету, а також представників інших регіональних журналістикознавчих шкіл.

The collection contained scientific researches, devoted to journalistic issues, social and communication technologies. Served materials that reflect the research interests of teachers and students of the Department of Journalism and Philology of SSU and representatives of other regional journalism schools.

#### РЕДКОЛЕГІЯ:

Олена Ткаченко, д-р філол. наук (голова),  
Віктор Звагельський, канд. філол. наук,  
Інна Гаврилюк, канд. наук із соц. комунік.,  
Валентина Гостеніна, д-р соціолог. наук,  
Тетяна Кузнецова, д-р наук із соц. комунік.,  
Володимир Садівничий, канд. наук із соц. комунік.,  
Олена Сушкова, канд. філол. наук

#### EDITORS:

Olena Tkachenko, Doctor of Philology (head),  
Victor Zvagelsky, PhD of Philology,  
Inna Gavrilyuk, PhD of Social Communications,  
Valentina Hostyenina, Doctor of Social Sciences,  
Tatyana Kuznetsova, Doctor of Social Communications,  
Volodymyr Sadvnychy, PhD of Social Communications,  
Elena Sushkova, PhD of Philology

Гаврилюк І. Л.,  
канд. н. із соц. комунік., доцент  
Осюхіна М. О.,  
магістрант

## ГУРТOK ЖУРНАЛІСТИКИ ЯК МЕДІАОСВІТНІЙ ПРОЕКТ (НА ПРИКЛАДІ МЕДІА ЦЕНТРУ ПДЮ)

*Аналізується робота Медіа Центру ПДЮ як медіаосвітнього проекту.  
Ключові слова: медіаосвіта, медіаосвітній проект, медіаграмотність.*

*This article reveals the work of Media Center PCY as a media-educational project.  
Key words: media education, media-educational project, media literacy.*

У вересні 2012-го року на базі комунального закладу Сумський палац дітей та юнацтва було створено медіаосвітній проект «Медіа Центр ПДЮ». За своєю структурою та формою роботи Медіа Центр нагадує гурток журналістики, проте, на відміну від традиційних гуртків такого типу, його основне призначення – формування медіаграмотності у гуртківців.

Мета нашого дослідження – описати діяльність Медіа Центру ПДЮ як медіаосвітнього проекту.

Об'єкт – медіаосвітній проект Медіа Центр ПДЮ.

Предмет – рівень медіаграмотності молоді як результат процесу медіаосвіти.

Питання медіаосвіти та медіаграмотності на сьогодні є гостроактуальними. Це підтверджують постанови Міністерства освіти і науки України, зокрема наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 27.07.2011 № 886 «Про проведення Всеукраїнського експерименту з упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів України», лист МОНмолодьспорту № 1/9-226 від 29.03.13 року «Про запровадження вивчення курсу «Основи медіаграмотності в навчальних закладах». Проте усі ініціативи з боку влади стосуються поширення медіаосвіти в школах, у той час як позашкільні навчальні заклади, які є також потужним навчально-виховним інструментом, залишаються у цьому плані без належної уваги. Гуртки та секції медіаосвітнього спрямування дозволяють залучати до роботи з дітьми не лише педагогів (як це здебільшого відбувається у школах), але й журналістів-практиків, фотографів, науковців, які можуть більш широко подати інформацію про медіа. А отже, процес формування медіаграмотності стає ефективнішим.

Важливо зазначити, що однозначного визначення терміна «медіаосвітній проект» немає. Однак ним активно послуговуються такі науковці, як І. Жилавська [1], А. Морозова [2], Г. Онкович [3] та інші.

І. Жилавська пунктирно окреслює поняття «медіапроект». До цього виду діяльності вона відносить фестивалі, зльоти, форуми, конкурси журналістів-початківців, створення молодіжних газет, сайтів, радіо- й телепрограм [1, 131]. Науковець зазначає, що лише така форма навчання сприяє підвищенню медіаграмотності аудиторії [1, 131]. Отже, головне завдання медіаосвітніх проектів – навчати не лише на основі медіа, а й за допомогою цього засобу.

Аналогічну думку висловлює й Г. Онкович. Дослідниця також не формулює поняття «медіаосвітній проект», проте наводить приклади. Науковець пропонує такі варіанти медіапроектів для студентів: розробка змістовно-графічної моделі студентського видання; розробка сценаріїв для університетських теленовін; розробка сценаріїв для роликів соціальної реклами; нова ідея сайту; розробка кон-

цепції факультетського (університетського) медіацентру; концепція студентської інформаційної агенції [3].

Визначення медіаосвітнього проекту, хоча й вузьке, подає А. Морозова більш вузьке. На її думку, медіаосвітній радіoproект – це діяльність у сфері радіомовлення, що має медіаосвітні цілі, спрямована на досягнення певного результату й створення унікального радіoproдукту, за умови використання активного методу засвоєння теоретичних і практичних знань та вмінь» [2, 11]. Як бачимо, дослідниця також акцентує увагу на практичній (хоча й не відкидає теоретичний аспект) складовій навчання, що має кінцеву мету – створення медіaproдукту.

Узагальнивши погляди медіадослідників, ми дійшли висновку, що медіаосвітній проект – це певний медійний захід чи процес, спрямований на здобуття навичок аналізувати, оцінювати і створювати друковані та електронні медіaproдукти.

Розглянемо роботу досліджуваного нами проекту. Медіа Центр ПДЮ працює у режимі гуртка. Заняття з групами відбуваються раз на тиждень протягом двох академічних годин. Склад кожної групи – до 12 осіб. Вихованці Центру – учні 8-11-х класів сумських шкіл.

Протягом року гуртківці отримують знання з основ журналістики, ознайомлюються з етапами журналістської творчості, видами джерел інформації та роботи з ними, структурою та композицією журналістського твору, жанрами журналістики, видами редагування тощо. Знання, які отримують діти, не лише теоретичні, а й практичні.

Структура кожного заняття однакова. Розглянемо її на прикладі теми «Заголовок у журналістиці».

Заняття складається з трьох основних блоків. Перший – теоретичний: діти отримують знання щодо визначення поняття заголовка та його основних видів. Другий етап – практичний: у запропонованих газетах гуртківці шукають заголовки, які привернули їхню увагу, визначають відповідність і доречність, різновиди цього композиційного елемента журналістських матеріалів. Третій етап – творчий: до трьох поданих журналістських текстів гуртківці добирають по два заголовки, що мають бути різних видів. Таким чином, протягом однієї зустрічі діти отримують теоретичні знання та практичні навички. Варто зазначити, що, згідно з опитуванням, більше ніж 80% гуртківців використовували знання про заголовки, отримані на занятті, у повсякденному житті. Цікаво, що вони це робили граючись, наприклад, коли дивилися новини, читали тексти на уроках. Діти визначали вид заголовка та його відповідність і доречність тексту.

Крім того, ще одним напрямком роботи Медіа Центру є інформаційне наповнення сайту Сумського палацу дітей та юнацтва. Гуртківці мають творчий майданчик, де тренуються писати власні матеріали. Варто зазначити, що всі публікації є різножанровими, створені з дотриманням правил журналістики на всіх етапах творення тексту. Протягом року вихованцями було створено близько 20 публікацій (майже 55 тисяч знаків). Також гуртківці самостійно роблять фотоілюстрації до власних матеріалів. З цією метою діти пройшли курс фотожурналістики.

Сайт ПДЮ посів I місце у Міському конкурсі шкільних сайтів і сайтів позашкільних навчальних закладів у 2013-му році. Не менш важливим є те, що сайт ПДЮ – єдине мас-медіа міського рівня, дописувачами якого є школярі.

Також гуртківці Центру беруть участь в інших медіаосвітніх проектах, підготовка до яких відбувається на заняттях Медіа Центру: Міжнародному фестивалі соціальної реклами «Інший погляд», Міжнародному конкурсі шкільних медіа, Міжнародному фестивалі-конкурсі дитячо-юнацької журналістики «Прес-весна на Дніпрових схилах», Конкурсі сценаріїв Агенції промоції Суми, Фотоконкурсі «Наш Палац», Олімпіаді для абітурієнтів із журналістики-2013 (СумДУ) та ін-

ших. Важливо, що діти, беручи участь у подібних заходах, очікують, у першу чергу, на здобуття нового досвіду та навичок, а не лише на перемогу.

Вдамося до методу опитування учасників Медіа Центру ПДЮ, щоб з'ясувати, які зміни відбуваються у свідомості молоді у результаті їхньої участі в медіаосвітній діяльності.

На запитання «Що змінилося у Вашому житті після того, як Ви стали відвідувати заняття у Медіа Центрі ПДЮ?» учасники відповіли, що завдяки заняттям вони почали більше спілкуватися – 31%, цікавитися ЗМІ – 19%, краще писати тексти – 19%. Відповіді «з'явилися проблеми в класі, школі», «менше стала встигати з навчанням», «виникли проблеми з батьками», «нічого не змінилося» не були підтримані. Отримані результати ми представили відсотковим співвідношенням у вигляді діаграми (Рис. 1).



Рис. 1. Співвідношення навичок, отриманих учасниками Медіа Центру ПДЮ у результаті навчання

На запитання «Які нові навички, знання Ви здобули, навчаючись у Медіа Центрі ПДЮ?» ми отримали такі відповіді: діти зрозуміли, як працюють журналісти – 20%, отримали знання, як писати журналістські твори, – 20%, стали краще розуміти людей – 17%, навчилися краще підтримувати розмову – 15% та виражати свої думки – 13% (Рис. 2).



Рис. 2. Зміни у системі комунікативних умінь учасників Медіа Центру ПДЮ

Запитання «Чи змінилося Ваше ставлення до ЗМІ після занять у Медіа Центрі?» було відкритим, тож наведемо найцікавіші відповіді:

1. Так, я розумію, що ЗМІ є невід'ємною частиною нашого життя і всього світу. Я думаю, що ЗМІ докладають багато зусиль, щоб донести інформацію до глядачів, читачів, слухачів.

2. Моє ставлення до ЗМІ раніше було не таким зацікавленим, як зараз! Мені все більше подобаються ЗМІ!

3. Так, звичайно змінилося. Після занять у Медіа Центрі я стала більше цікавитися роботою журналістів, зрозуміла, як саме проходить робочий процес. Також я почала аналізувати роботу працівників ЗМІ. Зрозуміла, що треба робити, а чого робити не варто.

4. Так, після занять, коли читаю газету, дивлюсь новини тощо, я відокремлюю різні частини журналістського матеріалу, визначаю, якого виду матеріал, і вчуся писати свої твори на прикладі гарних матеріалів.

5. Так, змінилося. Раніше я вважала, що професія журналіста легка і не потребує великих зусиль. Але переконалася, що це зовсім не так. І щоб створити нову інформацію та донести її до глядачів (слухачів, читачів), потрібно докласти багато зусиль.

6. Так. Почала більше цікавитися ЗМІ і аналізувати їх.

Відповіді на запитання «Як Ви вважаєте, чи знадобляться Вам у подальшому житті навички, здобуті в Медіа Центрі?» довели потрібність медіаосвітніх проєктів: 79% учасників впевнені, що навички, здобуті на заняттях, знадобляться їм у подальшому житті, 21% переконані, що, швидше за все, це трапиться, і 0% відповіли негативно (Рис. 3).

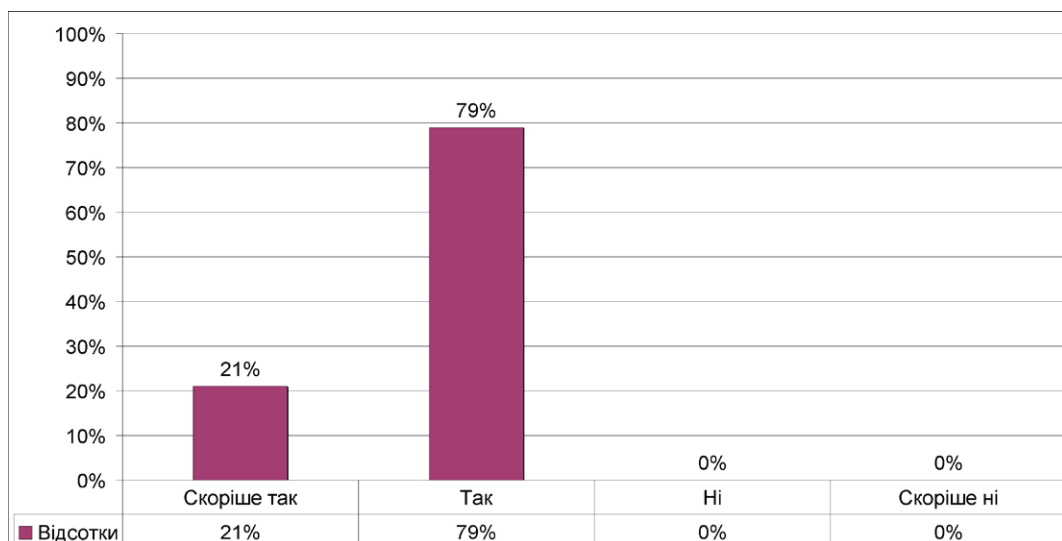


Рис. 3. Система мотиваторів у професійному самовизначенні учасників Медіа Центру ПДЮ

Оскільки знання, здобуті на заняттях, діти кваліфікують як корисні, можна з упевненістю стверджувати, що цей проєкт є ефективним.

Робота Медіа Центру ПДЮ виконує головне призначення медіаосвіти – підвищення рівня медіаграмотності. Тож, на нашу думку, Медіа Центр є повноцінним та ефективним медіаосвітнім проєктом.

#### БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежной аудитории / И. В. Жилавская. – Томск : ТИИТ, 2009. – 322 с.

2. Морозова А. А. Региональные медиаобразовательные проекты в сфере радиовещания : особенности контента (на примере Челябинской области) : автореф. дис. ... канд. филол. наук :

10.01.10 / А. А. Морозова ; Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2012. – 24 с.

3. Онкович Г. В. Медіаосвіта (Загальний курс) : програма навчального курсу для студентів вищих навчальних закладів / Г. В. Онкович. – К. : ІВО НАПН України, 2010. – 24 с.

4. Федоров А. Терминология медиаобразования [Электронный ресурс] / А. Федоров. – Режим доступа : [mediagram.ru](http://mediagram.ru)

**Кузнєцова Т. В.,**

*докт. н. із соц. комунік., професор*

## **ДО НАУКОВОГО ОСМИСЛЕННЯ АКСІОЛОГІЧНОЇ ФУНКЦІЇ ЗМК**

*У статті розглянута діяльність ЗМК як аксіологічного феномену, що тиражує, формує і змінює цінності суспільства.*

**Ключові слова:** *ЗМК, media, аксіологічна роль, ціннісна система.*

*The article in question deals with the activity of mass media as an axiological phenomenon that replicates, forms and changes the values of society.*

**Key words:** *mass media, media, axiological role, value system.*

Постановка проблеми. В умовах інформаційної епохи ЗМК набувають особливої значущості: інформуючи аудиторію про ті чи інші події, вони транслують й оцінюють дійсність, тим самим формують уявлення про добро і зло, правильне й неправильне, тобто здійснюють аксіологічний вплив на реципієнтів.

Дослідники масово-комунікаційних процесів тривалий час не звертали уваги на аксіологічну роль медіа. Серед основних функцій масової комунікації традиційно розрізняли інформаційну (трансляція подій навколишнього світу), регульовальну (вплив на соціум та пізнання його через зворотний зв'язок), культурологічну (збереження й передача культурної спадщини від покоління до покоління), які свого часу запропонував Г. Лассвелл [11].

Про аксіологічну роль ЗМК у комунікативістиці заговорили наприкінці минулого століття, звернувшись до вивчення етичних проблем мас-медіа (див., напр.: [8; 12]. Про це сьогодні все частіше пишуть вітчизняні й зарубіжні дослідники (О. Гриценко, В. Іванов, Н. Костенко, Й. Лось, О. Кузнєцова, Б. Потятиник, В. Різун; Ю. Буданцев, А. Капто, Н. Стівенсон, Ю. Хабермас; В. Березін, В. Грачов, М. Дегтярьов, Я. Засурський, С. Корконосенко, М. Назаров, М. Найдьонов, О. Полікарпова, В. Прозоров, Є. Прохоров, Л. Світич, Т. Сурикова, І. Фомичева, Д. Ховалиг та ін.). Акцентуючи увагу на деструктивній діяльності ЗМК, науковці наголошують, що мас-медіа повинні виконувати ціннісно-орієнтовну місію, їх ідеалом є «добро в мисленні, співмисленні» (В. Березін), що гармонізує сучасний світ.

Метою нашої розвідки є наукове осмислення аксіологічної функції ЗМК в епоху інформаційного суспільства.

Сучасні мас-медіа успішно відіграють роль важливого «настроювача» ціннісних орієнтацій суспільства, оскільки саме вони виявляються найбільш ефективними порівняно з іншими чинниками формування ціннісної системи. Так, за даними А. Кавалерова, 82% респондентів зазначає, що найбільш потужно на їхні ціннісні орієнтації впливає не навчальний процес, а телебачення [5, с. 73]. Медіа задають певні аксіологічні моделі поведінки, з якими реципієнти співвідносять свої моральні принципи, ціннісні орієнтири й навіть виробляють стереотипи мислення під впливом трансльованих зразків.